

Service Quality Research to Increase Customer Satisfaction at Yamaha 71 Motor Pamulang Workshop

Bayu Lhutfi R^{1*}, Erika², Iqbal Dzulfukor³

Universitas Pamulang

Corresponding Author: Bayu Lhutfi R bayu.lhutfi555@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Improve, Research

Received : 02 October

Revised : 04 November

Accepted: 06 December

©2022 Lhutfi, Erika, Dzulfukor : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the quality of service to increase customer satisfaction at the automotive repair shop "Yamaha Workshop 71 Pamulang". The method of this study uses a quantitative descriptive method, which is a form of research based on data collected during systematic research regarding the facts and properties of the object studied by combining those involved in it, then interpreted based on theories and literature related to quality. service. The results showed that so far, namely in terms of reliability, from the TCR results it was found that: the speed of service provided by employees showed 102 people were satisfied, Assurance, from the TCR results it was found that: the ability of employees to carry out their duties, politeness, hospitality or employee behavior when serving customers, creating a sense of customer security when paying transactions with the highest amount being 102 in the satisfied category, physical evidence (Tangibles) from the TCR results obtained. as many as 11 people were dissatisfied with the physical evidence provided by the Yamaha 71 Pamulang Workshop.

Penelitian Kualitas Layanan Guna Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Bengkel Yamaha 71 Motor Pamulang

Bayu Lhutfi R^{1*}, Erika², Iqbal Dzulfukor³

Universitas Pamulang

Corresponding Author: Bayu Lhutfi R bayu.lhutfi555@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Meningkatkan, Penelitian

Received : 02 October

Revised : 04 November

Accepted: 06 December

©2022 Lhutfi, Erika, Dzulfukor : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk analisis kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada bengkel otomotif “Bengkel Yamaha 71 Pamulang”. Metode dari penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu suatu bentuk penelitian yang berdasarkan data dikumpulkan selama penelitian secara sistematis mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat obyek yang diteliti dengan menggabungkan yang terlibat di dalamnya, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori-teori dan literatur yang berhubungan kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama ini yaitu dari sisi keandalan (Reliability), dari hasil TCR didapatkan bahwa : kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan menunjukkan 102 orang puas, Jaminan (Assurance), dari hasil TCR didapatkan bahwa : kemampuan karyawan dalam menjalankan tugasnya, kesopanan, keramahan atau perilaku karyawan pada saat melayani pelanggan, penciptaan rasa aman pelanggan pada saat bertransaksi membayar dengan jumlah tertinggi berjumlah 102 dengan kategori puas, bukti fisik (Tangibles) dari hasil TCR didapatkan. sebanyak 11 orang merasa tidak puas dengan bukti fisik yang diberikan oleh Bengkel Yamaha 71 Pamulang.

PENDAHULUAN

Mobil dan sepeda motor sebagai alat transportasi mempunyai peran yang sangat penting dalam masyarakat baik perseorangan maupun perusahaan. Hal ini dikarenakan sepeda motor selain harganya yang terjangkau bagi ekonomi rakyat Indonesia, juga mempunyai nilai yang sangat penting bagi kelangsungan dan kemudahan distribusi barang, terutama dalam mendukung kelancaran transaksi yang berhubungan dengan perdagangan dan bisnis lainnya. Dengan semakin banyaknya masyarakat memiliki kendaraan bermotor, maka banyak sekali menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat baik itu sebagai pemilik showroom kendaraan, sebagai penjual motor bekas, maupun dengan usaha pendirian bengkel kendaraan bermotor, cuci dan lain sebagainya. Yamaha merupakan salah satu perusahaan terbesar penyedia sepeda motor di Indonesia. Selain memiliki dealer resmi diberbagai kota, perusahaan Yamaha juga menyediakan bengkel resmi sebagai penyedia jasa perbaikan dan perawatan.

Kunci sukses Yamaha adalah memiliki ciri khas unik dan menjadi pelopor dalam inovasi yang melebihi keinginan pelanggan, dengan tujuan masa mendatang yang lebih baik berdasarkan semangat "Semakin di Depan". Yamaha Indonesia sebagai perusahaan besar multinasional, memiliki cita-cita untuk menjadi perusahaan unggul yang terus tumbuh berkelanjutan melalui inovasi berdasarkan pengalaman yang menyenangkan untuk menciptakan kesejahteraan dan memperkaya kehidupan masyarakat (Yamaha, 2022). Yamaha 71 Motor merupakan [Dealer Yamaha](#) yang berlokasi di Kota Tangerang tepatnya berlokasi di Jl. Surya Kencana No.71 RT 002/006, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417, hal ini merupakan komitmen dari [Yamaha Motor](#) dalam memberikan kemudahan pelayanan penjualan motor yamaha dan layanan purna jual seperti servis berkala, perbaikan motor dan penjualan spare part bagi masyarakat yang berada di sekitar Kota Tangerang Selatan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan/lembaga harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan dibanding pelanggan. pelanggan tentu akan semakin puas.

Perusahaan harus senantiasa berusaha mewujudkan harapan pelanggan semaksimal mungkin sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas, tetapi sangat puas. Pelanggan yang hanya merasa puas mudah untuk merubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Pelanggan yang amat puas lebih sukar mengubah pilihannya karena kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merk tertentu bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan untuk menggunakan jasa di Bengkel Yamaha 71 Motor Pamulang, antara lain dimensi penampilan gedung, interior bangunan dan penampilan karyawan, dimensi reliability meliputi kemampuan untuk memberikan layanan yang terbaik, dimensi responsiveness meliputi kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi assurance meliputi sopan santun

para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan, rasa peduli dan perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Layanan Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Otomotif “Bengkel Yamaha 71 Pamulang”**. Rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut : Bagaimana analisis kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada bengkel otomotif Bengkel Yamaha 71 Pamulang saat ini?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Sunarto (2018:5) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi. Menurut Tjiptono (2016: 2) beberapa definisi kualitas yang sering di jumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan atau konsumen. Dikutip Yamit (2017:7) menyatakan “kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen”. Menurut Wijaya (2017:11) kualitas adalah sesuatu yang di putuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas berdasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang di ukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Crosby yang di kutip Yamid (2017:7) menyatakan kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk atau jasa. Tjiptono (2016: 23) jasa (service) merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler yang dikutip Wijaya (2017: 150) “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”. Menurut Swasta (2017: 342) pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Definisi diatas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai. Sedangkan menurut Kristiadi (2018: 27) kebijakan pelayanan umum yang baik terdiri dari: pelayanan yang mencakup indikator-indikator pelayanan yang cepat dan tepat, pelayanan langsung bagi pelayanan yang sifatnya sesaat, memiliki pedoman informasi pelayanan yang transparan, menempatkan petugas yang profesional, ada kepastian biaya, menerapkan pola pelayanan terpadu (satu atap) dan melakukan survei atas pelayanan yang di berikan.

Menurut Swasta (2017: 342) pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain

dengan maksud dan tujuan tertentu. Definisi diatas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai. Sedangkan menurut Kristiadi (2018: 27) kebijakan pelayanan umum yang baik terdiri dari: pelayanan yang mencakup indikator-indikator pelayanan yang cepat dan tepat, pelayanan langsung bagi pelayanan yang sifatnya sesaat, memiliki pedoman informasi pelayanan yang transparan, menempatkan petugas yang professional, ada kepastian biaya, menerapkan pola pelayanan terpadu (satu atap) dan melakukan survei atas pelayanan yang di berikan. Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya.

Parasuraman (2016: 26) mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (*Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan prilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan. Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep "RATER" yang dikemukakan oleh Parasuraman (2016: 32) sebagai berikut:

1. Daya tanggap (*responsiveness*) Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidak sesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2016: 52). Tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan yang menerima pelayanan. Sayangnya pihak yang memberikan pelayanan apabila menemukan orang yang dilayani kurang mengerti atas berbagai syarat prosedur atau mekanisme, maka perlu diberikan suatu pengertian dan pemahaman yang jelas secara bijaksana, berwibawa dan memberikan berbagai alternatif kemudahan untuk

mengikuti syarat pelayanan yang benar, sehingga kesan dari orang yang mendapat pelayanan yang benar, sehingga kesan orang yang mendapat pelayanan memahami atau tanggap terhadap keinginan orang yang dilayani.

2. Jaminan (*assurance*) Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, 2016: 69).
3. Bukti fisik (*tangibility*) Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2016: 32).
4. Empati (*empathy*) Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2016: 40).
5. Kendalan (*reliability*) Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2016: 48)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu suatu bentuk penelitian yang berdasarkan data dikumpulkan selama penelitian secara sistematis mengenai fakta-fakta dan sifatsifat obyek yang diteliti dengan menggabungkan yang terlibat di dalamnya, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori-teori dan literatur yang berhubungan kualitas pelayanan pada **Bengkel Otomotif “Bengkel Yamaha 71 Pamulang**. Polulasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristis tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik

kesimpulan (Sugiyono, 2012:27). Populasi dalam penelitian ini hanya pelanggan Bengkel Yamaha 71 Pamulang pada periode Oktober-November 2022 sebanyak 113 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, penulis menggunakan alat ukur penelitian yang dibantu dengan SPSS versi 25 untuk menganalisis data, dan melakukan uji data menurut parameter ukur uji data penelitian sebagai berikut

Hasil Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017: 125). Pengujian ini digunakan untuk mengukur apakah data yang didapatkan setelah melakukan penelitian akan valid atau tidak. Hasil uji validitas telah diselesaikan dengan cara memberikan kuesioner kepada 113 orang yang pernah melakukan servis kendaraan di Bengkel Yamaha Pamulang 71 minimal 2 kali tiap bulanya terhitung dari bulan Oktober-November 2022 dan di uji melalui spss. Masing-masing item bisa dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. - Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan valid - Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan tidak valid Menilai kevalidan masing-masing Uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah $105-2=103$ dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r_{tabel} (uji dua sisi) sebesar 0,192.

Uji Reabilitas

Reliabilitas terhadap seluruh item atau pernyataan yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Cronbach's Alpha (α). Suatu variable dapat dikatakan reliabel jika nilai nya diatas 0,6 (seperti 0,7 dapat diterima atau diatas 0,8 adalah baik) maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliable. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel yaitu variabel X1, X2, X3 dan Y sudah memenuhi kriteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliabel serta layak untuk disebarkan kepada Pengujian responden guna penelitian, sehingga seluruh daftar pernyataan yang merupakan indikator dari seluruh variabel adalah reliabel. Hasil dapat disajikan lewat tabel grafik, untuk memperjelas hasil secara verbal.

Tabel 1. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	21

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal, berikut hasil dari uji normalitas menggunakan uji One Sample Kolmogorov dalam bentuk table.

Tabel 2. Uji Normalitas

		Unstandard ized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29789137
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.112
	Positive	.108
	Negative	-.112
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF), dimana variabel bermasalah apabila nilai tolerance > 0,1 atau nilai VIF < 10. (Ghozali, 2016:103). Berikut adalah hasil uji Multikolinearitas dalam bentuk tabel.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

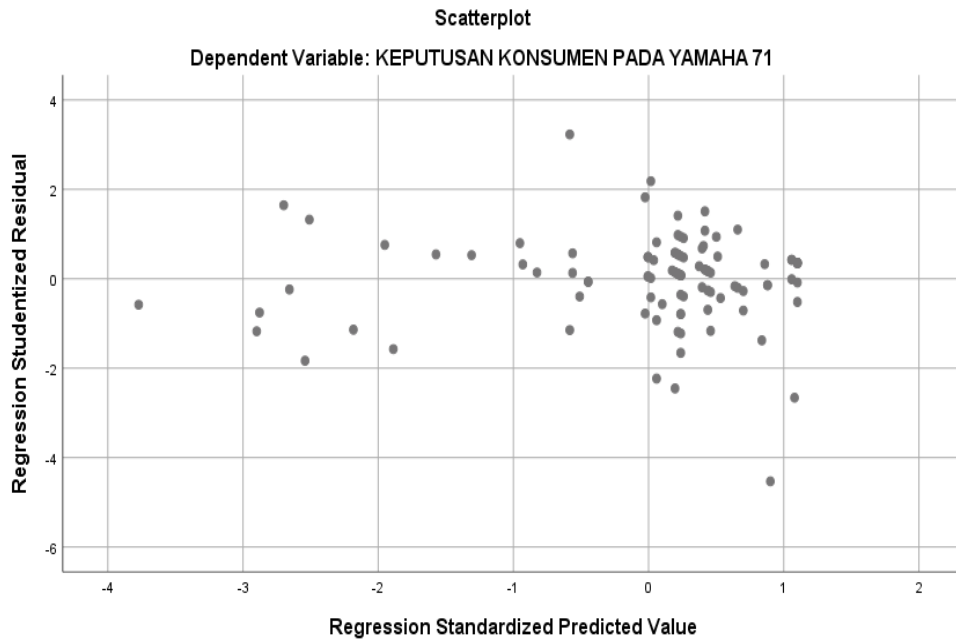
Model		Collinearity Statistics	
		Toleranc e	VIF
1	Kualitas Layanan	.315	3.173
	Kepuasan Pelanggan	.315	3.173

A. Dependent Variable: Keputusan Konsumen Pada Yamaha 71

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2017:47) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas.

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas



Grafik scatter plot memperlihatkan bahwa titik-titik hasil perhitungan (perpotongan antara nilai residual dan prediksi) relatif menyebar secara acak di atas dan dibawah titik origin serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat dikatakan bahwa analisis regresi ganda `kualitas pelayanan (X1), harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) benar-benar linier karena tidak memiliki masalah heteroskedastisitas sehingga analisis regresi linier ganda dapat dilanjutkan.

Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Berikut adalah tabel hasil dari uji Regresi Linier Berganda.

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.009	1.552		2.584	.011
KULITAS LAYANAN	.082	.085	.087	.967	.336
KEPUASAN PELANGGAN	.780	.089	.789	8.810	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen Pada Yamaha 71

Berdasarkan hasil penelitian, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots \dots \dots (1)$$

$$= 4.009 + .082 + .780$$

1. Konstanta (α) = 4.009
Artinya apabila kualitas pelayanan dan harga tidak ada atau sama dengan nol, maka keputusan Konsumen pada Yamaha 71 Pamulang adalah sebesar = 4.009.
2. $\beta^1 = 0,095$
Artinya apabila kualitas pelayanan (X1) dilakukan semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan atau semakin baik. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan konsumen pada Yamaha 71 pamulang (Y).
3. $\beta^2 = 0,742$
Artinya Kepuasan Pelanggan (X2) dilakukan semakin baik, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan atau semakin baik. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel harga (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Kepuasan pelanggan pada konsumen Yamaha 71 Pamulang (Y).

Uji F

Tabel 6. Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1582.696	2	791.348	146.986	.000 ^b
	Residual	549.152	102	5.384		
	Total	2131.848	104			

A. Dependent Variable: Keputusan Konsumen Pada Yamaha 71

B. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

Uji T

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Tabel 7. Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.009	1.552		2.584	.011
	KULITAS LAYANAN	.082	.085	.087	.967	.336
	KEPUASAN PELANGGAN	.780	.089	.789	8.810	.000

A. Dependent Variable: Keputusan Konsumen Pada Yamaha 71

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.742	.737	2.32031

A. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

B. Dependent Variable: Keputusan Konsumen Pada Yamaha 71

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal yang merupakan jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut: Dengan cara memberikan kuesioner kepada 113 orang yang pernah melakukan servis kendaraan di Bengkel Yamaha Pamulang 71 minimal 2 kali tiap bulanya terhitung dari bulan Oktober-November 2022 dan di uji melalui spss. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel yaitu variabel X1, X2, dan Y sudah memenuhi kriteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliabel serta layak untuk disebarkan kepada Pengujian responden guna penelitian, sehingga seluruh daftar pernyataan yang merupakan indikator dari seluruh variabel adalah reliabel.

PENELITIAN LANJUTAN

Perusahaan harus senantiasa berusaha mewujudkan harapan pelanggan semaksimal mungkin sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas, tetapi sangat puas. Pelanggan yang hanya merasa puas mudah untuk merubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Pelanggan yang amat puas lebih sukar mengubah pilihannya karena kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merk tertentu bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan untuk menggunakan jasa di Bengkel Yamaha 71 Motor Pamulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Faris, 2016, Analisis Kualitas Layanan Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Nadia Motor Pekan Baru
- Ferdinand, Augusty. 2016. Metode Penelitian Manajemen: Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gage, Susan M. 2016. Seri Manajemen; Strategi Pelayanan Pelanggan. Yogyakarta: ARGO Publisher
- Gaspersz, Vincent, 2018. Manajemen Bisnis Total-Total Quality Management. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wijaya. 2017. Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta. PT INdeks.